

# Tot mai multe companii aduc în echipa de management Directori de Operațiuni Digitale – însă are loc această transformare suficient de rapid?

Numai 6% dintre primele 1500 de companii din lume au numit un Director de Operațiuni Digitale (Chief Digital Officer – CDO) pentru a superviza transformarea digitală a afacerilor lor, însă numărul acestor manageri este în creștere, potrivit unui nou studiu efectuat de Strategy&, divizia de consultanță strategică a PwC.

Ediția 2015 a studiului [Chief Digital Officer](#) analizează cele mai mari 1500 de companii în funcție de venituri (atât companii listate cât și private) pentru a înțelege câte dintre acestea au numit deja un CDO, cine sunt acești manageri și care este poziția lor în ierarhia organizațiilor.

- Companiile orientate către consumatori, inclusiv de media și divertisment (13%), companiile din industria alimentară și a băuturilor (11%), și companiile de bunuri de larg consum (9%), sunt cele mai susceptibile să fi numit deja un CDO.
- Companiile europene angajează astfel de CDO într-un ritm mai alert decât cele din alte regiuni (13% în Europa, față de 7% în America de Nord, 5% în America Latină și de Sud, 3% în Asia-Pacific și 2% în Orientul Mijlociu și Africa).
- Companiile mai mari sunt deschizătoare de drumuri în numirea unor CDO. Proporția companiilor cu mai mult de

10.000 de angajați care au numit deja un astfel de director este între 7 și 9%, în vreme ce doar 1% până la 3% dintre companiile mai mici au făcut acest lucru.

Dintre cei 86 de CDO identificați, 31 au fost numiți în ultimul an, o creștere semnificativă care sugerează că din ce în ce mai multe companii de top consideră că au nevoie de un lider dedicat care să fie responsabil de transformarea companiei într-o organizație de succes în era digitală.

Însă cele mai multe companii nu introduc suficient de rapid noua funcție.

„În ciuda avansului digitalizării în ultimii ani, majoritatea companiilor nu au dat unui singur manager responsabilitatea de a superviza toate eforturile lor digitale. În schimb, cele mai multe companii încearcă să gestioneze această transformare digitală la nivel funcțional, de unitate de business sau la nivelul fiecărui teritoriu în care operează”, a declarat Mircea Bozga, Partener, Liderul Echipei de Servicii de Securitate Cibernetică, PwC România.

Dintre companiile care au numit un CDO, peste 80% au angajat un astfel de manager după 2012, iar 40% dintre aceștia sunt membri ai Boardului Executiv. Studiul arată că rolurile celor din echipa executivă sunt redefinite, cei mai mulți Directori Digitali provenind dintr-o varietate de funcții, cea mai frecventă fiind cea de marketing (34%), urmată de vânzări (17%) și IT (14%).

„Poziția de CDO este una nouă și relativ nedefinită, având un rol diferit de cel al Directorilor de IT sau al Directorilor de Marketing. Funcției de CDO îi revine responsabilitatea de a ghida transformarea companiilor într-o epocă de schimbări profunde, generate de tehnologie, atât în relația cu partenerii, cât și în operațiunile interne”, a adăugat Mircea Bozga.

Din moment ce rolul unui lider digital este prin definiție

transformator, directorii de operațiuni digitale care vor avea succes sunt cei care se pot adapta la peisajul tehnologic în rapidă schimbare, urmărind în același timp obiectivele de afaceri ale companiilor lor.